

di ANGELO FOLETTO (afoletto@libero.it)

Rodolfo e Mimì sul video-libretto



Un buon esempio di strumenti all'avanguardia nella fruizione musicale, per avvicinare più persone ai teatri e alle sale da concerto, è il microschermo incassato nei sedili delle poltrone all'Arcimboldi di Milano. Utile per chi già conosce il testo, ma soprattutto per il pubblico che dev'essere stanato e allettato

La questione è aperta, sempre di attualità: torniamo a parlare del modo (e dei modi) necessari e vantaggiosi per riportare o tutelare il pubblico nelle sale da concerto e nei teatri dove si fa musica. Non sono ricette miracolose, né inedite. Ma nascono dall'osservazione quotidiana e da un po' di "buon senso da spettatori assidui" e militanti.

Una cosa c'è venuta in mente ascoltando la brillantissima ripresa della quarantenne(!) *Bohème* scaligera al teatro degli Arcimboldi e seguendo i soprattitoli – anzi i videolibretti; alla Scala le cose vecchie hanno un nome nuovo – con il testo del capolavoro pucciniano. I versi che tutti sappiamo a memoria scorrevano sui visorini dello schienale davanti, in opzione alle versioni in inglese. Fermo restando il giudizio negativo sulla luminosità dei mini-schermi sponsorizzati, leggibili solo frontalmente, che sono ideali per il vicino di poltrona ma deleteri per i *light-designer* di palcoscenico visto che la sala non è mai al buio – pare un centro controllo della Nasa – come con i soprattitoli tradizio-

nali, vedere (quasi) tutti i visori accesi e guardati dal pubblico, noi compresi, ci ha ricordato quanti modi non abbastanza sfruttati esistono per rendere più interessante, e quindi più bella e avvincente, un'esecuzione musicale.

Certo, forse dal "più grande teatro lirico del mondo" ci si dovrebbe attendere un programma più vivace e propositivo (se n'è accorto anche Massimo Cacciari). Per il momento accontentiamoci di queste stagioni di rimesa, ma senza scordare le garbate proteste dei circoli lirici che se vogliono assistere a un titolo popolare devono sostenere il costo di tre biglietti (e relativo viaggio), cioè il titolo ambito e un paio di altri meno vendibili, com'è avvenuto nello scorso autunno. Gestione privatistica ma con molto denaro pubblico: il sogno di molti è privilegio di pochi: la Scala è tra questi. Eppure si permette di tirare sgarbatamente le orecchie a una collega che ha proposto qualche utile e pubblica riflessione organizzativa ostentando i numeri della biglietteria – ma ha senso sostenere che s'è ven-

duto il 95 per cento, quando le presenze si smentiscono da sole? e a chi serve? – e presunti ordini di servizio degli svogliati bus-navetta per gli Arcimboldi; salvo poi non avere il fegato per firmare una rimostranza che se è legittima, e non tattica, deve essere sottoscritta dal pubblico garante – e leso – della gestione, cioè dal sovrintendente.

Ma torniamo alle cose buone, cioè ai videolibretti, sperando che questo esempio venga seguito e l'impiego dei soprattitoli venga allargato da tutti anche alle opere in italiano. Chi va a *Bohème*, conosce il testo, eppure gli schermi erano accesi; paradossalmente di più che per *Iphigénie*. La ragione è semplice: è ancor più bello seguire un testo noto, ripassarlo con uno sguardo fugace, non perdere una parola. Ma soprattutto è utile: perché consente di scoprire cose nuove, di entrare nella bottega d'artista, di non perdere un'emozione. Alcune cose avvengono con programmi di sala ben fatti – dove non prevale l'esibizionismo dei saggisti (anche in quelli dei concerti, e non solo alla Sca-

la) e le fotografie a colori rispetto alla funzionalità pratica e didascalica – altre vanno preparate a casa, ma il beneficio (e la comodità, perché no?) di conoscenza dei videolibretti è sorprendente. Esattamente come sono proficue se esaurienti la schededidascalie sotto i quadri in una mostra e in un museo: alla brillante e affascinante esposizione Mart di Rovereto invece i talloncini non indicano le date degli autori né la tecnica usata, perché?

Forse anche in questo caso – ma che dire della maxirassegna gonzaghese di Mantova, troppo ricca per gli spazi vitali del pubblico, dove addirittura erano illeggibili perché posti al (suggestivo) buio? – la "committenza" s'è occupata di coprire le spese del progetto e della sua componente estetico-funzionale invece di sorvegliarne preminentemente la fruibilità culturale immediata. Noi utenti resistenti e appassionati, e quasi sempre azionisti forzati (per via delle tasse), di teatri, mostre e altre manifestazioni a parziale dipendenza dai finanziamenti statali, non ci facciamo sgomentare da queste autentiche villainie informative.

Ma il cosiddetto pubblico "nuovo" che deve essere stanato e allettato a scegliere il prodotto culturale (non sempre alla portata: anche economica) invece di quello (facile) televisivo, non dovrebbe prima di tutto essere messo nelle migliori condizioni per capire e imparare a capire? Non solo cataloghi ingombranti e libretti di sala patinati o pubblicità insistenti: altrimenti, ogni volta per conquistare quello stesso pubblico superficialmente vellicato bisognerà aumentare la dose dell'allettamento – come hanno ben imparato a fare gli organizzatori delle mostre di Treviso, ad esempio – invece che i contenuti. ■